

ABSTRAK

ANALISIS SENTIMEN PENGGUNA DOMPET DIGITAL PADA MEDIA SOSIAL TWITTER MENGGUNAKAN PERBANDINGAN ALGORITMA KLASIFIKASI (STUDI KASUS OVO)

Oleh

IRWAN ADITAMA

NIM: 1202160210

Dompot digital merupakan aplikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi secara online melalui *smartphone*, yang kegunaannya hampir sama dengan kartu kredit atau debit. Berdasarkan data dari Bank Indonesia, terdapat 38 *e-wallet* yang mendapatkan lisensi resmi. Beberapa aplikasi dompet digital yang populer di Indonesia diantaranya adalah Go-Pay, DANA, OVO, LinkAja dan lain lain. Pada penelitian ini, produk layanan dompet digital yang akan dibahas adalah OVO. OVO dijadikan objek penelitian karena berdasarkan riset *DailySocial* yang bertajuk *Fintech Report* menunjukkan bahwa OVO mengalami peningkatan pengguna aktif sebesar 23% pada tahun 2019 yang berada di peringkat ke-2. Hal tersebut yang mendorong peneliti untuk melakukan analisis sentimen pada media sosial Twitter untuk mengetahui kecenderungan komentar masyarakat. Twitter merupakan suatu platform media sosial yang dapat menyalurkan pendapat atau pikiran bagi penggunanya. Berbagai macam komentar pada Twitter mengenai studi kasus OVO dapat diselesaikan dengan cara melakukan analisis sentimen. Peneliti menggunakan tiga perbandingan algoritma dalam melakukan analisis sentimen, diantaranya *Naïve Bayes*, K-NN (*K-Nearest Neighbor*) dan *Decision Tree (C4.5)*. Tahapan yang dilakukan dalam analisis sentimen adalah *preprocessing*, *processing*, klasifikasi dan evaluasi. Hasil analisis sentimen yang didapatkan pada penelitian ini adalah algoritma K-NN dengan menggunakan fitur ekstraksi TF-IDF menghasilkan tingkat akurasi yang paling tinggi sebesar 63.00% yang diperoleh dari pengujian data *testing* dengan menggunakan *tools* RapidMiner.

Kata Kunci: Analisis Sentimen, Algoritma Klasifikasi, Twitter, OVO.